第一图书网, tushu007.com

<<营销细节步步走>>

图书基本信息

书名：<<营销细节步步走>>

13位ISBN编号：9787302157922

10位ISBN编号：7302157928

出版时间：2007-9

出版时间：清华大学出版社

作者：斯通(Stone,M.)

页数：373

字数：436000

译者：孔雁

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书为营销经理们提供了直复式和互动式营销的实用性指南。
本书的写作基于作者与直复式和互动式营销用户实际工作经验，并考虑到实践者的需要。
本书有如下内容特色：如何对创意进行指示；咨询邮寄公司的关键性问题；印刷工作管理和数据库管理的“初学者指南”；“真枪实战”教你如何将理论应用于工作实践；关键的营销矩阵。
对于有志于学习直复式和互动式营销的人员来说，本书是必不可少的指南。

<<营销细节步步走>>

书籍目录

第一章 直复式营销和互动式营销及其顾客　向消费者进行直复式营销　购买决策的类型　消费者选择的决定因素　　总结：向消费者进行直复式营销　企业对企业的直复式营销　企业直复式营销的重要性　企业采购　企业对企业购买行为的特点　直复式营销的角色　总结第二章 什么是直复式营销和互动性营销　引论　技术定义　直复式营销的主要类型　直复式营销的优点　策划直复式营销活动　客户数据库的应用　总结第三章　直复式营销的主体和方式　直复式营销的使用者和供应商　使用者　供应商　媒体　直复式营销环境　总结第四章　直接策略与互动策略　引论　争取顾客与保留顾客的原则　争取顾客　留住顾客——保留顾客的原则　争取顾客与保留顾客　怎样使顾客忠诚　保留顾客策略的几个步骤　了解顾客基础　总结第五章 直复式营销策划　怎样才是优秀的直销策划　策划过程　形势分析　对顾客的定义——谁会购买？
　财务业绩　检查自己的主要资源　监察竞争情况　制定商业目标　直复式营销的一般目标　……第六章　客户数据库第七章　客户数据库的使用者与使用方式第八章　竞争性使用数据库第九章　竞争性运用直复式营销和交互式营销第十章　市场细分和研究第十一章　正确发盘第十二章　直邮广告第十三章　电话营销第十四章　客户关系管理第十五章　电子与广播媒介第十六章　更多联系顾客的方法第十七章　创意第十八章　直邮广告的制作和履约第十九章　成功地管理营销活动第二十章　直复式营销和互动式营销中的测试第二十一章　可获利的、具有成本效益的直复多营销第二十二章　整合传播第二十三章　直复式营销中涉及的人

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com